

VRAGEN

door de leden van de raad gesteld overeenkomstig artikel 38 van het Reglement van Orde voor de vergaderingen van de raad van de gemeente Groningen.

2003/2004.- Nr. 46.

VRAGEN van de ChristenUnie van de heer D. de Jong
betreffende Marketing Groningen en het Groninger Congresbureau.
(Binnengekomen: 27 augustus 2003.)

In de raadsvergadering van 27 februari 2002 heeft de gemeenteraad ingestemd met een plan van aanpak voor de toeristische marketing in de gemeente Groningen. Veel zaken waren nog niet duidelijk, maar zouden werkende weg verder worden geconcretiseerd. Onderdeel van de aanpak was ook het toevoegen van andere organisaties aan wat "Marketing Groningen" is gaan heten. Onder andere werd daarbij genoemd de plaatselijke VVV en het Groninger Congres Bureau (GCB) Ook zou worden bekeken of het Huis voor de Sport en andere organisaties hierin een rol zouden kunnen spelen. Tot op heden heeft het college ons nauwelijks geïnformeerd over de stand van zaken. De berichten in de kranten de afgelopen maanden stellen ons niet gerust. Huisvesting die nog steeds niet geregeld is en niet komt op de plaats waar we bij de raadsvergadering vanuit gingen. Een benoemde directeur, maar ook afscheid van de directeur van de VVV. Het faillissement van het Noord Nederlands Bureau voor Toerisme (NNBT) Deze laatste wordt overigens nog steeds vermeld als dé partner van het GCB op de internetsite. Marketing Groningen is op internet nog slechts bekend als een arbeidsbemiddelingsbureau en wordt verder als term slechts eenmaal genoemd in een artikel in het Dagblad van het Noorden.

In die tijd heeft mijn fractie ook contact gehad met het Groninger Congres Bureau. Vanuit de congresmarkt kwamen berichten over oneerlijke concurrentie van het gemeentelijk congresbureau t.o.v. marktpartijen. Vanuit de gemeente en andere organisaties wordt immers subsidie verleend om Groningen onder de aandacht te brengen bij mogelijke congresorganisatoren en vanuit hetzelfde budget kan ook aan werving van congressen worden gewerkt. Wat de ChristenUniefractie betreft geen wenselijke situatie. In het toen (ongeveer een jaar geleden) gevoerde gesprek werd mij duidelijk dat er een scheiding was gemaakt tussen het bureau dat er voor zorgt dat Groningen op de kaart kwam te staan voor het houden van bijeenkomsten en congressen en de poot die ook werkelijk congressen organiseert. Deze laatste zou reeds zijn ondergebracht in een stichting die op die manier los zou staan van de gemeente. In de afgelopen weken is mijn fractie gebleken dat van een aparte stichting voor het organiseren van congressen in het geheel nog geen sprake is. Bij de Kamer van Koophandel is tot op heden nog steeds geen stichting onder deze (en voor zover ons bekend ook geen andere) naam ingeschreven.

De financiering van het geheel werd voor 2002 en 2003 incidenteel geregeld via het Economisch Business Plan (EBP) maar zou met ingang van 2004 structureel geregeld

moeten worden via nieuw beleidsgeld. Het leek te gaan om een bedrag van ongeveer € 565.000. De ChristenUnie heeft daarbij, even als andere partijen, geen toezegging gedaan. De zaak zou op zijn merites worden beoordeeld. Om deze zaak goed te kunnen beoordelen heeft mijn fractie aan u de volgende vragen:

1. Wat is de stand van zaken met de personele bezetting van Marketing Groningen, mede gelet op de ambtelijke status van een aantal medewerkers van de VVV?
2. Is er al duidelijkheid over de plaats waar Marketing Groningen gevestigd gaat worden?
3. Welke kosten zijn er tot nu toe gemaakt voor Marketing Groningen (gefinancierd uit EBP of elders)?
4. Wat zijn de tastbare resultaten van het werk van Marketing Groningen ruim 1½ jaar na het raadsbesluit naar uw mening?
5. Waarom is het Groninger Congres Bureau nog steeds niet gesplitst in een stichting en een gemeentelijk deel?
6. Heeft de afgelopen jaren er een splitsing plaatsgevonden tussen de boekhouding van beide onderdelen van het GCB? Zo niet, hoeveel heeft de gemeente tussen 2000 en 2003 bijgedragen aan de organisatie van congressen?

Het college beantwoordt de vragen als volgt:

Groningen, 22 september 2003.

Inleiding.

Na de instemming door de raad met het plan van aanpak toeristische marketing in de gemeente Groningen is door de afdeling EZ het project Marketing Groningen verder ontwikkeld.

Hiertoe is een integrale werkgroep ingericht bestaande uit leden van de diensten RO/EZ en OCSW. Andere diensten zijn tijdens het proces op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen en daarin gekend. De dienst OCSW heeft namens de directie rechtstreeks zitting gehad in deze werkgroep, de Bestuursdienst is op het gebied van de juridische controlfunctie en via de afdeling stadspromotie inhoudelijk betrokken geweest bij het project.

Het benaderen en samenstellen van een ter zake kundig bestuur heeft langere tijd gevegd dan aanvankelijk werd ingeschat. Het bestuur i.o. was medio november 2002 voltallig, de Stichting Marketing Groningen is pas per 28 maart 2003 formeel opgericht, in afwachting van de benoeming van een directeur.

Vanuit het bestuur i.o. en de directies van RO/EZ en OCSW is in het najaar van 2002 een selectiecommissie samengesteld ten behoeve van het benoemen en aanstellen van een directeur. Ook dit proces heeft vertraging gekend omdat de werving en selectie door bureau Lagroupe in eerste instantie niet het gewenste resultaat opleverde waardoor een tweede wervingsronde noodzakelijk werd. Dit heeft erin geresulteerd dat per 1 april 2003 de directeur, dhr. Dirk Nijdam, is aangetreden.

Er wordt een prestatiecontract opgesteld waarin gemeente en bestuur en directie van de Stichting Marketing Groningen hun onderlinge afspraken bevestigen.

Werkafspraken, activiteiten, doelen en indicatoren worden in overleg met de Stichting

Marketing Groningen hierin vastgelegd. Dit document zal te zijner tijd aan het college worden voorgelegd. Een presentatie aan de raadscommissie wordt inmiddels gepland.

Vraag 1. Personele bezetting.

Per 1 juli is het personeel van de St. VVV Groningen, met uitzondering van de voormalig directeur, overgegaan naar de nieuwe organisatie Marketing Groningen. Bij de VVV werkten vier vanuit de gemeente gedetacheerde medewerkers. Bestuur en directie van Marketing Groningen hebben aangegeven de intentie te hebben drie hiervan in dienst van de St. Marketing Groningen te willen nemen.

De voormalig directeur heeft een periode (1-4-03 tot 1-8-03) als adviseur voor Marketing Groningen gewerkt, gedetacheerd vanuit de VVV. In onderling overleg is besloten deze functie per 1 augustus 2003 te beëindigen. De voormalig directeur en de gedetacheerde medewerker die niet in dienst van Marketing Groningen zal komen worden momenteel via de Bestuursdienst van de gemeente Groningen begeleid in het vinden van een nieuwe werkplek. De personele lasten vallen deels ten laste van het Concern, deels ten laste van EZ-middelen.

In verband met het voeren van een gezonde exploitatie zullen taken en functies binnen Marketing Groningen, voor wat betreft de VVV-taken, gereorganiseerd moeten worden. Hiertoe zijn inmiddels, in samenspraak tussen bestuur en vakbonden, een reorganisatieplan en een sociaal plan opgesteld. De medewerkers die dit betreft zullen gebruik kunnen maken van de gemeentelijke faciliteiten.

Overigens is de Stichting Marketing Groningen een private onderneming. Met een reorganisatieplan danwel een sociaal plan heeft de gemeente in principe geen bemoeienis. Vanwege de betrokkenheid echter van de gedetacheerde gemeenteambtenaren zal e.e.a. worden geagendeerd voor het eerstvolgende technisch overleg.

Vraag 2. Huisvesting.

Binnen het bestuur van Marketing Groningen is een discussie ontstaan over de beoogde huisvesting, het voormalige pand van de Friesland Bank aan de Grote Markt 26. Het bestuur was van mening dat de huurprijs voor dit pand een onevenredig zware belasting op de exploitatie van Marketing Groningen zou leggen. In overleg met de wethouder is er derhalve voor gekozen een alternatieve en vooral goedkopere locatie te zoeken. Deze is inmiddels gevonden in de vorm van kantoorruimte in het pand van Pentascope aan de Herestraat. Dit pand biedt bovendien meer mogelijkheden voor verhuur aan derden, een optie die Marketing Groningen nadrukkelijk nastreeft om de synergie tussen verschillende cultuurtoeristische en sportieve organisaties te optimaliseren.

Vraag 3. Kosten.

De raad heeft besloten ten behoeve van de exploitatie van Marketing Groningen voor een projectperiode van 2 jaar (2002 en 2003) een budget beschikbaar te stellen van € 750.000,--. Vanwege de bovenstaande vertragingen in de procesgang is deze periode verschoven naar 2003 en 2004. Vanaf 2005 zal, afhankelijk van de evaluatie, nieuwe financiering noodzakelijk zijn. Daartoe zullen wij in de loop van 2004 een voorstel voorbereiden. Ten behoeve van de voorbereiding van de oprichting van Marketing Groningen is een voorbereidingskrediet van € 300.000,-- beschikbaar gesteld. Dit budget is besteed aan de kosten voor de advisering van Lagroupe,

additionele formatie in de vorm van een projectsecretariaat, algemene voorbereidingskosten, notariële en juridische kosten, reservering i.v.m. sanering St. VVV. Inmiddels is op het budget van € 750.000,-- een eerste voorschot verleend ter hoogte van € 187.500,--. Ten behoeve van de sanering van de St. VVV, teneinde een schone overdracht mogelijk te maken, zal binnenkort een voorstel aan het college worden aangeboden.

Vraag 4. Tastbare resultaten.

Als gevolg van de vorengenoemde vertragingen in de procesgang zijn bestuur en directie van Marketing Groningen pas per 1 april 2003 “operationeel”. Vanaf dit moment is dhr. Dirk Nijdam begonnen de nieuwe organisatie in te richten en uitvoering te geven aan promotionele activiteiten. Dit betekent dat hij zich heeft beziggehouden met de volgende organisatorische zaken:

- de inpassing en doorlichting van de bestaande VVV-organisatie binnen Marketing Groningen;
- de financiële en materiële overdracht van de St. VVV naar de St. Marketing Groningen;
- het invullen van de nieuwe functies binnen Marketing Groningen (marketing manager, (topsport) evenementen coördinator, office-manager);
- het vinden van een geschikte (en betaalbare) huisvestingslocatie;
- het leggen van contacten met de sector, de gemeente en de provincie;
- participatie bij binnenstadsmanagement;
- het uitvoeren van taken en werkzaamheden ten behoeve van de promotie van de gemeente Groningen, passend in het gewenst toeristisch imago;
- het verkrijgen van de daarvoor benodigde activiteitenbudgetten. (NB. De raad heeft een exploitatiebudget toegekend, niet een activiteitenbudget).

Een en ander heeft geresulteerd in de volgende tastbare promotionele resultaten:

- het aanleggen van een database met e-mail adressen van winkel- en websitezoekers t.b.v. een nieuwe digitale nieuwsbrief (vanaf september) met aandacht voor alles wat de stad te bieden heeft;
- voorbereidingen t.b.v. de verbetering van de bestaande website van de VVV. (Marketing Groningen zal (ook) via deze website blijven communiceren vanwege de grote naamsbekendheid die VVV nationaal, maar ook internationaal heeft);
- het coördineren van de uitgave van de jaarlijkse provinciale toeristische gids (voorheen een taak van het NNBT);
- promotie van Groningen bij diverse evenementen (Groningen/Münster, beurs Oldenburg, Noorderzon, Uitmarkt e.d.);
- participatie in de landelijke City Break brochure;
- het in samenwerking met de sector benaderen van de Engelse markt ten behoeve van de promotie van het toeristisch aanbod van Groningen n.a.v. de komst van Ryanair;
- het presenteren van Groningen als binnenlandse (korte) vakantiebestemming in een nieuw TV programma;
- het vernieuwen van het deelnemersconcept van de VVV (de doelstelling is een forse toename van het aantal leden);
- landelijke media aandacht en extra bezoekers naar aanleiding van de promotie rond Swingin Sail, de gemeentelijke opmaat naar Delfsail 2003;

- extra bezoekers naar aanleiding van de promotie van een samenwerkingsproject met de hotelsector in de vorm van Giro roze fietsarrangementen.

Dhr. Dirk Nijdam is momenteel druk doende een activiteitenprogramma voor 2004 op te stellen in het kader van de marketingstrategie die de promotie van Groningen de komende jaren steviger op de kaart moet gaan zetten. Hij zou hierop graag een persoonlijke toelichting geven indien de raadscommissie hem hiertoe zou uitnodigen.

Vraag 5 en 6. Splitsing Groningen Congres Bureau.

Het Groningen Congres Bureau, ooit als project ontstaan bij de dienst RO/EZ, is sinds 27 augustus 2003 als zelfstandige Stichting GCB ingeschreven bij de Kamer van Koophandel. Dit houdt in dat alle werkzaamheden van de Stichting GCB door een zelfstandig bestuur en de directie worden bepaald en uitgevoerd. De Stichting GCB onderhoudt met de gemeente Groningen een subsidierelatie voor wat betreft het marketinggedeelte van haar werkzaamheden, niet voor wat betreft het commercieel (congres organisatie) gedeelte.

Ook in het verleden heeft hiertussen steeds een strikte scheiding gelegen; er zijn twee boekhoudingen gevoerd en slechts het marketinggedeelte van de werkzaamheden is door de gemeente, de provincie en de RUG gesubsidieerd.

De Stichting GCB zal gehuisvest worden in het pand van Pentascope om de synergie tussen de beide organisaties zo groot mogelijk te laten zijn.